

Étude de cas

« Un produit mondialisé : l'automobile »

Table des matières

1	Un produit mondialisé	2
1.1	La diffusion de l'automobile dans le monde	2
1.2	La ruée vers les pays émergents	2
1.3	Un accès inégal à l'automobile	3
2	Les acteurs de la mondialisation de l'automobile	3
2.1	Les États	3
2.2	Les Firmes Transnationales	3
2.3	Les consommateurs	4
3	Les réseaux et les flux de la mondialisation de l'automobile	4
3.1	L'augmentation des flux de produits automobiles dans le monde	4
3.2	Les flux financiers	4
3.3	Des acteurs en réseau	5

Introduction

L'automobile est un produit qui a été inventé dans les pays du Nord à la fin du XIX^e siècle. Au cours du XX^e siècle, il a connu une diffusion planétaire. Aujourd'hui, les usines de voitures se multiplient dans les pays du Sud. L'automobile est donc un exemple éloquent pour comprendre le fonctionnement de la mondialisation, l'importance des acteurs (les FTN...) et la constitution des réseaux et des flux.

1 Un produit mondialisé

1.1 La diffusion de l'automobile dans le monde

La production de masse des voitures commence aux États-Unis au début du XX^e siècle. En 1908, Henry Ford construit une nouvelle usine à Detroit et il applique l'OST (Organisation Scientifique du Travail) prônée par Frederik Taylor pour construire le fameux Modèle T. L'industrie automobile américaine est dominée par les *Big Three* (*General Motors, Ford, Chrysler*) et elle incarne le rêve américain et la puissance économique du pays. Aux yeux de celui qui la possède, la voiture incarne la réussite sociale et l'aspiration à une plus grande liberté.

Puis, l'industrie automobile se développe en Europe et au Japon durant les Trente Glorieuses (1945-1975). La majorité de ces États (Allemagne, France, Italie...) possèdent un ou plusieurs constructeurs. Des usines immenses sont construites (Renault-Billancourt, Fiat-Mirafiori...). Devant l'essoufflement du modèle tayloro-fordiste, le Japonais Toyota impose un nouveau modèle de production, le Toyotisme, caractérisé par les flux tendus.

Depuis les années 1980, l'industrie automobile mondiale se tourne de plus en plus vers les pays émergents d'Asie, d'Afrique et d'Amérique du Sud.

1.2 La ruée vers les pays émergents

Avec la métropolisation et les préoccupations écologiques, la place de la voiture se réduit dans certains pays du Nord. Les populations s'inquiètent des effets de la pollution sur la santé. C'est pourquoi, les villes réduisent la place accordée à la voiture (développement des pistes cyclables...) ou bien la bannissent des centre-villes (fermeture des centres, instauration de péages dissuasifs, création d'écoquartiers). Elles développent des transports propres (bus, tramways...). Les constructeurs se tournent alors vers les pays émergents où posséder une voiture est à la fois une nécessité et une source de fierté. La Chine est devenue un acteur incontournable : elle représente le premier marché mondial de voitures (près de 15M de voitures vendues en 2012). Tous les grands constructeurs signent des accords avec le constructeur national Dongfeng pour créer des joint-ventures. Le français Peugeot, qui est en difficulté en Europe, a massivement investi en Chine. Dans ce pays, il vend autant de voitures en un mois qu'en France en un an. En 2016, Renault ouvre sa première usine à Wuhan.

Cependant, la voiture fait peu à peu son grand retour dans les métropoles des pays riches en accomplissant trois révolutions :

- celle de la motorisation : essor des moteurs hybrides ou électriques,

- celle de l'utilisation : développement de l'autopartage (Autolib,..) et des plateformes de réservation (Blablacar, Uber,..),
- celle du numérique : véhicules connectés et sans chauffeurs.

Cette dernière révolution annonce de grands changements dans l'automobile ; qui va contrôler le secteur ? Les constructeurs ? Ou les géants du numérique qui vont contrôler le tableau de bord et vendre les données récoltées ?

1.3 Un accès inégal à l'automobile

Un milliard de voitures sont actuellement en circulation dans le monde. Tous les ans, 85 millions de voitures sont fabriquées sur la planète. Cependant, on constate que tous les hommes ne sont pas également équipés en automobiles. Les pays les mieux équipés sont les plus riches mais aussi ceux où les distances à parcourir sont les plus importantes et où la discontinuité du peuplement ne permet pas de créer des transports en commun rentables : les États-Unis, le Canada, l'Australie ont les taux d'équipement les plus élevés (jusqu'à 800 voitures pour 1000 habitants). En Europe et au Japon, on trouve aussi des pourcentages élevés (de 400 à 600 voitures/1000h) car la périurbanisation est importante et à la périphérie des grandes agglomérations, la voiture est un bien indispensable pour circuler. En revanche, plus le niveau de développement est faible, plus le taux d'équipement est bas.

D'autre part, les plus pauvres disposent souvent de véhicules anciens polluants et gourmands en carburant. La Chine représente 24 % des véhicules neufs vendus dans le monde, contre 19 % pour les États-Unis et 1,8 % pour l'Afrique.

Enfin, l'augmentation du nombre de voitures dans les pays du Sud et notamment dans les grandes villes provoquent de nouveaux problèmes (immenses embouteillages).

2 Les acteurs de la mondialisation de l'automobile

2.1 Les États

Les États jouent un rôle majeur dans l'implantation des entreprises automobiles. Les usines de voitures créent de nombreux emplois. De nombreux véhicules vendus en Europe de l'ouest sont maintenant fabriqués dans l'est du continent (Slovaquie,..) ou en Turquie où les coûts salariaux sont plus faibles. De nombreuses usines s'implantent dans des pays du Sud. Le Maroc et l'Algérie ont favorisé l'installation d'unités de production sur leur territoire. Au Maroc, à Tanger, Renault a créé l'usine de Meloussa pour produire des voitures Dacia qui seront exportées par le nouveau port de Tanger-Med. Le gouvernement marocain espère la création d'emplois directs et indirects et une meilleure formation de la main d'œuvre qui attirera d'autres délocalisations.

2.2 Les Firmes Transnationales

Les grandes entreprises se sont organisées pour prospérer dans la mondialisation. Elles se sont d'abord concentrées. Le premier groupe mondial est le japonais Toyota (10,4 millions de voitures). Renault, pour jouer dans la cour des grands

(Toyota, General Motors, Volkswagen, ...) a multiplié les acquisitions : le japonais Nissan, le roumain Dacia, les voitures Samsung (Corée du sud), le russe Avtovaz et il vient d'acquérir Mitsubishi (Japon). Les mêmes pièces sont montées sur plusieurs véhicules, ce qui permet des économies d'échelle.

Les FTN s'installent dans les pays à bas salaires pour produire des véhicules low-cost. C'est pour fabriquer une voiture bon marché (la Logan, le Duster, ...) que Renault a racheté Dacia. Lors de la crise des années 2007-2014, c'est Dacia et Nissan (et non Renault) qui ont le plus contribué aux bénéfices du groupe. En Inde, le groupe français produit maintenant la Kwid (3 500 euros).

2.3 Les consommateurs

Les FTN s'implantent dans les pays émergents en mettant en avant leurs modèles bon marché. Elles souhaitent prendre des positions car le niveau de vie monte et la classe moyenne devient de plus en plus importante. Comme dans tous les pays émergents, cette classe moyenne pour montrer sa réussite achète des marques étrangères. Pour satisfaire ces nouveaux clients et connaître leurs attentes, les FTN installent des centres de recherche et de conception dans les pays concernés. Les FTN occidentales de l'automobile réalisent maintenant une grande partie de leur production hors de leur pays d'origine ; en 2010, L'entreprise Toyota ne produisait plus que 43 % de ses voitures au Japon.

3 Les réseaux et les flux de la mondialisation de l'automobile

3.1 L'augmentation des flux de produits automobiles dans le monde

La concentration des entreprises et l'apparition de nouveaux marchés ont pour conséquence l'augmentation des flux internationaux. Ces flux sont de plusieurs sortes. Les premiers relient les pays de la Triade qui échangent entre eux des véhicules souvent haut de gamme. On remarque cependant que les États-Unis importent plus de produits (de l'Europe et de l'Asie) qu'ils n'en exportent.

A l'intérieur de l'Europe, les flux sont aussi importants car des FTN se sont implantées dans les anciens pays communistes et elles exportent vers les pays de la CEI (anciens pays soviétiques).

Enfin les flux s'intensifient entre la Triade et les pays émergents.

3.2 Les flux financiers

Les grandes entreprises ont une stratégie mondiale et elles souhaitent être présentes sur tous les marchés. C'est pourquoi, de grands investissements sont consentis. Les pays développés sont encore bien dotés ; entre 2007 et 2010, les États-Unis ont accueilli 4,5 Milliards de \$ d'investissements. Mais, les pays émergents se taillent la part du lion : 27 Milliards de \$ pour la Chine, 10 Milliards pour le Brésil, 9 Milliards pour l'Inde ou encore 5 Milliards pour la Russie. Les pays émergents deviennent incontournables pour la production ou la vente de voitures.

3.3 Des acteurs en réseau

Les flux s'expliquent par le fonctionnement des réseaux et par la DIT. Les entreprises d'un même groupe (Renault-Nissan) élaborent des pièces en commun et les font circuler à travers le monde. Pour réduire les coûts, les constructeurs font appel à des équipementiers situés dans d'autres pays. Cette organisation de la production permet de maximiser les bénéfices mais elle crée de graves dépendances. Lorsqu'un des acteurs du réseau est en difficulté, toute la production d'un groupe pourtant mondialisé doit s'arrêter. En 2011, le Japon est frappé par une succession de catastrophes (tremblement de terre, tsunami, accident nucléaire). De nombreuses entreprises (Volvo, GM, Renault-Samsung . . .), privées de pièces majeures (systèmes de navigation . . .) ont été contraintes de mettre leurs usines à l'arrêt en Suède, en Belgique, en Louisiane ou en Corée du Sud.

Conclusion

La mondialisation et la montée des pays émergents ont totalement modifié la géographie de la production automobile au niveau planétaire. Les FTN se sont adaptées pour faire face au déclin relatif de la voiture dans les pays du Nord et à son grand succès au Sud. Des flux intenses relient les différentes zones géographiques. Cependant, cette organisation est en opposition avec le développement durable. Les navires, les camions qui acheminent les pièces génèrent de la pollution. Les axes routiers, les centre-villes sont saturés. L'industrie automobile mondiale si elle veut continuer à prospérer doit prendre en compte les atteintes à l'environnement.